Instituto Politécnico de Lisboa

Escola Superior de Comunicação Social

Rádios locais – que futuro?

Estudo de caso – Rádio Portalegre

Licenciatura em Jornalismo

Projecto Multidisciplinar

Ricardo Eustáquio – 2340

Orientador: Dr. Carlos Andrade

A toda a equipa da Rádio Portalegre, em particular ao José Nabo,

Ao Dr. Carlos Andrade pela orientação e úteis esclarecimentos ao longo da elaboração do projecto,

A toda a minha família e em particular aos meus pais, sem os quais teria sido impossível gozar estes "bons anos" de vida académica, e a quem dedico este trabalho.

ÍNDICE

INTRODUÇÃO

A ideia de fazer este estudo surgiu no momento em que o autor teve a oportunidade de trabalhar numa estação emissora local. Conhecer o panorama das rádios locais portuguesas e o processo de produção e qualidade informativa das mesmas foram o modelo base deste trabalho. A ideia inicial evoluiu depois para um objecto de estudo certamente mais modesto mas onde a acuidade de análise se podia vir a revelar mais precisa, com todas as vantagens que daí resultam: tentar compreender, através de um caso de estudo, que cenários futuros se podem vir a colocar às rádios locais. Neste ponto teve particular importância o Dr. Carlos Andrade, que ao aceitar a orientação do projecto permitiu delimitar um quadro analítico mais conciso.

As rádios locais enfrentam hoje desafios que talvez poucos tenham imaginado no final dos anos 80, aquando da legalização das pequenas estações emissoras.

Da euforia dos primeiros tempos, rapidamente se passou a um cenário onde a "selecção natural" passou a imperar: muitas fecharam portas, outras tiveram de alterar os projectos iniciais para dessa forma se poderem adaptar e sobreviver.

Hoje, o panorama radiofónico local português é diferente daquele que emergiu no final dos anos 80. Não em número de estações – o valor, apesar de não ser de todo estável e verificar algumas oscilações, tem-se mantido regular ao longo dos anos, com 314 estações autorizadas a emitir em1989 contra 397 em 2004 – mas no que respeita às condicionantes do mercado. Surgiram grupos privados, as novas tecnologias, nomeadamente a Internet, impõem novas estratégias e uma capacidade de resposta cada vez mais rápida, a concorrência é maior, a globalização obriga a novas estratégias...

No entanto, as rádios locais têm sabido adaptar-se à nova realidade e continuam a mostrar que sabem aproveitar as oportunidades e os desafios que se lhes defrontam, pelo menos a avaliar pelo quantidade e vitalidade de algumas delas e pelo número crescente de cadeias de rádio de âmbito local.

Mas como é que têm aproveitado essas oportunidades e se têm adaptado ao longo dos últimos anos? E em que bases poderá assentar essa adaptação daqui

para a frente? Que futuro espera as rádios locais? E será que há uma resposta única e consensual a todas estas questões?

Através da análise de um caso, o da Rádio Portalegre, procuramos compreender até que ponto é financeiramente viável um projecto de estação de rádio local e em que bases humanas e operacionais assenta. O objectivo é o de tentar perceber que cenário(s) futuro(s) se pode(m) vir a senão a todas a, pelo menos, a algumas destas estações.

No que respeita à estrutura do estudo, optámos por enquadrar historicamente o panorama radiofónico português antes da revolução de Abril e o consequente fenómeno do aparecimento das rádios locais em Portugal. Esta estrutura permite contextualizar o leitor com a moldura que antecedeu e acabou por dar origem ao aparecimento das pequenas emissoras.

Em seguida, e porque o objecto de estudo é a Rádio Portalegre, não podíamos deixar de fazer uma breve incursão histórica pelo aparecimento das rádios locais em Portalegre. Procura-se aqui dar uma ideia daquilo que foram os primeiros anos *radiofónicos* na cidade. Desde pequenos postos que começavam a emitir num dia para fechar no outro, passando pelas dificuldades em arrancar com projectos da estaca zero após o processo de legalização para, finalmente, se chegar ao cenário que hoje existe.

Com uma visão introdutória do fenómeno em Portalegre, observamos em seguida o panorama actual das rádios locais em Portugal através da apreciação de alguns indicadores e das políticas de apoio estatais dada a importância que têm para o sector.

Analisamos depois o modelo de estação da Rádio Portalegre. A partir dele procuramos dar uma imagem global do tipo de emissão feita com particular incidência nas áreas da programação, informação e desporto.

Os indicadores financeiros da estação e as oscilações verificadas nos últimos anos são o objecto de estudo do capítulo seguinte, com o propósito de olhar à lupa a viabilidade do projecto Rádio Portalegre.

Finalmente, importa concluir que cenários futuros se poderão colocar às rádios locais com base na análise dos dados observados.

A pesquisa assenta em bases bibliográficas e na Internet. Os indicadores financeiros da Rádio Portalegre desempenham um papel de primeiro plano na análise elaborada.

PANORAMA RADIOFÓNICO PORTUGUÊS NA REVOLUÇÃO DE ABRIL

Antes do 25 de Abril de 1975, havia em Portugal continental três estações de rádio de cobertura nacional: a Emissora Nacional (EN), com dois programas distintos, o Rádio Clube Português e a Rádio Renascença[1]. A EN, para além de ser propriedade do Estado que por esta altura detinha muitos dos órgãos de informação – e os que não detinha controlava através da censura[2] –, desde a televisão à imprensa, era também proprietária dos Emissores Regionais do Norte, Centro e Sul, dos Emissores do Norte Reunidos – adquiridos poucos anos antes – e das Estações Regionais da Madeira e dos Açores.

Em Lisboa existiam os Emissores Associados, entidades privadas. Os doentes do sanatório da Guarda eram proprietários da Rádio Altitude e no Caramulo havia a Rádio Pólo Norte, estação emissora privada.

Quanto às ilhas, a Madeira contava com duas estações privadas, a Estação Rádio da Madeira e o Posto Emissor do Funchal. Nos Açores, existia a Rádio Club Asas do Atlântico na Ilha de Santa Maria, a Rádio Club de Angra na Ilha Terceira, também privada, e a Rádio Lages, propriedade da Força Aérea Portuguesa, localizada, igualmente, na Ilha Terceira.

O dia 2 de Dezembro de 1975 marca uma viragem no panorama radiofónico. No seguimento de um período altamente conturbado que se arrastava praticamente desde o 25 de Abril de 1974 nos meios de comunicação nacionais, o Estado, através do Decreto-Lei n.º 674-C/75, procede à nacionalização de todas as rádios à excepção da Rádio Renascença e de dois outro pequenos postos emissores – Rádio Altitude e Rádio Clube do Centro –, concentrando-as na Empresa Pública de Radiodifusão (designada, a partir de 1976, Radiodifusão Portuguesa – RDP).

---

[1] Comunicação de F. Magalhães Crespo, in *Colóquios sobre Rádio*, Sociedade Portuguesa de Autores, Lisboa, Publicações Dom Quixote, 1995, p. 17.

[2] CARVALHO, Alberto Arons de, *A Censura e as Leis de Imprensa*, Lisboa, Seara Nova, 1970, p. 177. Miller Guerra, deputado da "ala liberal", denunciava num discurso na Assembleia Nacional em Fevereiro de 1971 o "duplo sistema de censura", constituído por um lado pelos serviços oficiais da Censura, "aparelho compressor do pensamento e das suas manifestações", por outro lado pelas "forças económicas potentes que exercem a sua influência apropriando-se das empresas jornalísticas, que a seu modo e no seu interesse controlam e orientam".

A Rádio Alto Douro e a Rádio Ribatejo, adquiridas pelo Rádio Clube Português já na década de 70, são “apanhadas na febre” de nacionalizações.

Se na Madeira e nos Açores continuavam a operar, respectivamente, duas e três estações – que, à semelhança do que acontecia antes, eram propriedade de privados – em Portugal continental, e com cobertura nacional, passaram a operar a RDP, a Rádio Clube Português[3] e a Rádio Renascença.

---

[3] Se considerarmos a Rádio Comercial como a “herdeira” da Rádio Clube Português, pode-se dizer que é a estação emissora mais antiga a operar em Portugal (a R.C.P iniciou emissões em 1931). Depois de nacionalizada, em 1975, e até hoje, já se chamou RDP Programa 4 e RDP Rádio Comercial.

Hoje, a Rádio Comercial é propriedade do grupo Media Capital. Com o processo de privatização em 1993 (Decretos-Lei n.º 198/92, de 23 de Setembro, e 260/92, de 24 de Novembro e Resolução do Conselho de Ministros n.º 1/93, de 2 de Janeiro) passa a ficar com a actual designação.

Curiosamente, a mesma Media Capital faz renascer, a 12 de Abril de 2003, o Rádio Clube Português, hoje rádio temática musical, através de alguns emissores regionais localizados no centro e sul e de alguns emissores locais no norte do país. Na origem do Rádio Clube Português está a Correio da Manhã Rádio. A PressLivre – Imprensa Livre S.A., proprietária da Correio da Manhã Rádio, de acordo com o Despacho conjunto da Presidência do Conselho de Ministros e Ministério do Equipamento, do Planeamento e da Administração do Território, de 14 de Janeiro de 1997, transfere o alvará de radiodifusão sonora para a Rádio Regional de Lisboa, S. A., proprietária da Rádio Nostalgia e que acaba por mudar para a designação que mantém hoje, Rádio Clube Português.

Se durante o Salazarismo, o Estado e a Igreja já eram hegemónicos no sector radiofónico – detinham, respectivamente, a Emissora Nacional e a Rádio Renascença –, o pós-25 de Abril reforça essa tendência concentracionista, como já descrevemos.

O domínio do Estado/Igreja no sector rádio, embora durasse, efectivamente, até à data de entrada em funcionamento legal das rádios locais – o concurso de atribuição de frequências inicia-se a 4 de Novembro de 1988 –, já de há muito que estava ameaçado. Se em 1985 a RDP – Rádio Comercial tinha um *share* de 19% de audiência, em 1988 esse valor não ultrapassa os 8%. A Antena 1 sofre uma quebra nas audiências até ao fim do 1º semestre de 1986 mas chega a 1989 com valores próximos da Rádio Comercial, com 9%. Entre 1986-1988, a Rádio Renascença passa de 19% para 14%. As rádios locais são uma realidade incontornável e são elas, senão a principal, pelo menos uma das responsáveis pela quebra de audiências das estações emissoras nacionais[4]. O sector radiofónico, monopólio até aqui do Estado/Igreja, passa a contar com um novo actor: as emissoras locais.

Entretanto, fruto do novo quadro do sector, tanto a RDP como a Renascença contra-atacam a tendência de afirmação das rádios locais através da criação de emissoras "regionais". É nesse contexto que surgem, da parte da RDP, os estúdios regionais de Coimbra, Elvas, Algarve e Guarda, entre outros, enquanto que a Rádio Renascença funda a Voz do Alentejo e a Voz do Porto[5].

Os pedidos de licenciamento de novas emissoras datam de 1976[6]. Mário Mesquita aponta o ano de 1979 como a data de partida das emissões não autorizadas, com a Rádio Imprevisto, de Odivelas, a tomar a dianteira. No

[4] MESQUITA, Mário, "Os meios de comunicação social", in *Portugal, 20 anos de democracia*, coord. de António Reis, Circulo de Leitores, 1994, p. 399.
[5] A RDP tem delegações nas cidades de Faro, Coimbra e Porto, que produzem e emitem, sob o selo da Antena 1, conteúdos próprios em determinadas alturas do dia, para além das emissoras dedicadas às regiões autónomas da Madeira e Açores, respectivamente a RDP Madeira e a RDP Açores. A Rádio Renascença tem estúdios em Chaves, Braga, Porto, Viseu, Leiria, Elvas, Évora e Lisboa, a partir dos quais emite, à semelhança da RDP, em determinados períodos do dia, programação própria.
[6] *Ibidem*, p. 390.

entanto, para Mesquita, é "sobretudo a partir de 1982 que as estações se multiplicaram por todo o país"[7].

A tão esperada Lei da Rádio acaba por surgir em 1988 (Lei 87/88, de 30 de Julho). Com esta lei, que vai permitir o licenciamento das estações emissoras locais, o governo cria a Comissão Consultiva, composta por 15 membros, que tem por missão aconselhar o governo sobre a atribuição de alvarás para o exercício da radiodifusão. A partir de 6 de Março de 1989, o Governo começa, finalmente, a atribuir as licenças de emissão. São autorizadas a emitir 314 estações no continente e 37 nas regiões autónomas.

[7] *Ibidem*, p.390

RÁDIO LOCAIS EM PORTALEGRE – BREVE PERSPECTIVA HISTÓRICA

Portalegre, à semelhança do que aconteceu em muitas partes do país, viveu a euforia das rádios locais a partir de meados dos anos 80.

O fenómeno apareceu ligado às, na altura, chamadas rádios "piratas". As rádios piratas eram emissoras de rádio que funcionavam sem alvará atribuído. Em Portalegre, o fenómeno das rádios piratas surge sensivelmente a partir de meados de 1986. Este seria o ano do "pontapé de saída" para as rádios locais na cidade, com dois projectos que caminham a par mas que acabam por seguir caminhos diferentes. Um desses projectos nasceu de um grupo de portalegrenses que, confrontados com o facto de não haver nenhuma rádio na cidade, decidem formar uma cooperativa e dar os primeiros passos para a formação de uma estação emissora de rádio. Corria o verão de 1986 e a primeira pedra do que viria a ser a Rádio Portalegre estava lançada. Natércio Afonso, o primeiro presidente da Cooperativa Rádio Portalegre, CRL refere, na época, que "havia um grupo de pessoas com quem eu contactava, a quem várias vezes referi a não existência, na altura, de uma rádio em Portalegre. Achava que era incrível numa capital de distrito não haver uma rádio a funcionar."[8]

Sensivelmente na mesma altura, um grupo de jovens decide começar a emitir a partir da serra de São Mamede. Nascia a Rádio Juventude de São Mamede. Apesar da capacidade de iniciativa, resultado dos ventos de mudança que sopravam no sector radiofónico nacional, o projecto não vinga. Esta foi, de facto, a primeira estação emissora de rádio na cidade.

O fim da Rádio Juventude de S. Mamede marca o ponto de partida para um novo projecto de rádio. É assim que aparece a Rádio Portus Alacer, projecto ligado à União dos Sindicatos, mas que acaba por ter o mesmo destino da sua predecessora.

É neste contexto de experiências radiofónicas, com projectos a ver a luz do dia e a acabar tão depressa como começaram, que a 11 de Julho de 1987, no Cartório Notarial de Marvão, é celebrada a escritura para a constituição da Rádio

[8] Entrevista a Natércio Afonso, jornal *Fonte Nova*, 13-Abril-1989.

Portalegre, Cooperativa de Rádio, Recreio e Animação, CRL. Os estatutos da Rádio Portalegre seriam publicados a 19 de Novembro de 1987, em Diário da República. A Cooperativa é formada por cerca de 100 sócios. Cada um paga a quantia de 5.000$00.

Começa então um novo período: arranjar um espaço para instalar estúdios de emissão, comprar material, formar uma equipa...

A 23 de Março de 1988, dois portalegrenses – que tinham estado envolvidos no projecto da Rádio Portus Alacer, que entretanto termina – decidem fundar uma nova emissora, a Rádio Clube de Portalegre (RCP).

A RCP começa a emitir regularmente a partir do dia 1 de Julho de 1988. De segunda a quinta-feira emite entre as 8h00 e as 20h00 e às sextas-feiras, sábados e domingos emite das 8h00 às 00h, sempre em 104.5Mhz. Nesta altura, recorde-se, o processo de atribuição de alvarás de emissão ainda não tinha sequer começado e a Lei da Rádio não tinha ainda sido publicada.

Com a RCP a fazer transmissões regulares e o projecto da Rádio Portalegre a caminhar no mesmo sentido, a 30 de Julho de 1988 é publicada, finalmente, a Lei da Rádio e, subsequentemente, a 28 de Setembro é publicado o Decreto-Lei 388/88, que fixa as condições de licenciamento das estações de radiodifusão sonora.

A 4 de Novembro de 1988 é aberto o concurso público de atribuição de alvarás e, a 24 de Dezembro do mesmo ano, a RCP deixa de transmitir, à semelhança do que acontece com outras rádios locais. O Governo impõe um *black-out* total enquanto durasse o período de atribuição de licenças.

Em concurso estão a atribuição de 18 frequências nos 15 concelhos do distrito de Portalegre.

> “Embora sem confirmação, é de esperar que, para as duas frequências do concelho de Portalegre, existam três ou mesmo quatro candidatos. Ao que soube o *Fonte Nova*, a **Cooperativa de Rádio de Portalegre**, geralmente conotada com personalidades do Partido Socialista, a

> **Rádio Alto Alentejo**, ligada à Igreja ou, pelo menos, com apoios fortes junto do clero local e a **FONTE NOVA/Rádio Clube de Portalegre** são os principais concorrentes para a actividade de emissão de rádio do concelho.
> (...) E até pode acontecer que o grupo ligado à Rádio **Portus Alacer**, no qual trabalham alguns elementos relacionados com os sindicatos em Portalegre, venha a decidir concorrer a uma das frequências disponíveis para o concelho."
>
> in jornal *Fonte Nova*, 15-Dez-1988

Ao contrário daquilo que era esperado, a concurso apresentam-se apenas três estações de rádio, duas delas para as frequências disponíveis no concelho de Portalegre e outra para a frequência do concelho de Ponte de Sôr.

Às frequências disponíveis no concelho de Portalegre, 88.8Mhz (com 1000W de potência) e 104.5Mhz (com 500W de potência), concorrem a Fonte Nova – Rádio Clube de Portalegre (FN/RCP)[9] e a Rádio Portalegre (RP). A Cooperativa Rádio Portalegre, CRL decide concorrer apenas à frequência mais potente, em 88.8Mhz, enquanto que a Fonte Nova – Rádio Clube de Portalegre opta por concorrer às duas.

À terceira frequência, pelo concelho de Ponte de Sôr, concorre sozinha a Rádio Tempos Livres[10], que ganha o alvará de transmissão.

---

[9] A empresa Publiarvis, detentora do jornal *Fonte Nova*, junta-se à Rádio Clube de Portalegre para concorrer ao licenciamento de uma frequência emissora. A Publiarvis fica, desta forma, com o alvará de exploração da Fonte Nova – Rádio Clube de Portalegre durante três anos, findos os quais cede esse alvará a uma sociedade por quotas, na qual a Publiarvis detém 25%, a ACTIJOR – Associação de Jornalistas outros 25%, estando o restante 50% do capital social da empresa nas mãos de privados. No entanto, dois anos passados sobre a fundação da FN/RCP, a Publiarvis afasta-se do projecto.
A parceria entre a Publiarvis e a RCP é estratégica. Dessa forma, apostam simultaneamente em duas vertentes. A vertente profissional, ao procurar reunir uma equipa com alguma experiência adquirida aos microfones do Rádio Juventude de S. Mamede e da Rádio Portus Alacer, e uma vertente informativa, ao apostar numa parceria com uma empresa jornalística regional, experiência essa com cerca de três anos. O objectivo era o de garantir a atribuição, por parte do governo, de um dos alvarás de emissão.

[10] A RTL/Rádio Ponte Sôr opera hoje nas frequências de 96.0Mhz e de 105.6Mhz a partir de Ponte de Sôr.

Portalegre é, assim, o distrito português com menor número de projectos concorrentes às frequências disponíveis[11].

A Rádio Portalegre, ao contrário das outras rádios que foram, como já referimos, surgindo na cidade, é fruto do trabalho de um grupo de pessoas sem experiência na área. Para Natércio Afonso, primeiro presidente da Rádio Portalegre, a falta de experiência não constitui problema.

> "A partir do momento em que estiverem as duas emissoras a funcionar, o que parece vir a acontecer em breve, uma vez que há duas frequências previstas para o concelho, o ouvinte da região vai ter duas alternativas e vai escolher em função da qualidade. Nesse aspecto [o da falta de experiência em rádio] não temos problemas. Achamos que vamos fazer uma rádio de qualidade tanto em termos técnicos como de diversidade e qualidade de programas.
> Quanto ao facto de nunca termos emitido, é simples: a ideia era a de pôr a emissora no ar, tal como aconteceu na maioria dos casos por esse país fora. Quando estávamos com esse processo em marcha, verificámos que o governo ia brevemente legislar sobre o assunto
> (...) No que respeita à profissionalização, temos contactos com profissionais de rádio que têm trabalhado com outras rádios locais e regionais, no sentido de assegurar as emissões".
>
> in jornal *Fonte Nova*, 15-Dez-1988

A Fonte Nova/Rádio Clube de Portalegre acaba por ganhar o alvará de emissão na frequência de 88.8Mhz. À decisão do Governo não será alheio o facto de, por detrás da candidatura da FN/RCP estar o grupo Publiarvis, à data já com experiência na área da imprensa regional. De igual forma, a Fonte Nova/Rádio

[11] Ainda hoje estão por atribuir 9 frequências no distrito de Portalegre: Arronches, Avis, Castelo de Vide, Crato, Elvas, Marvão, Monforte, Nisa e Sousel.

Clube de Portalegre tem, na constituição da equipa inicial, alguns elementos com experiência de rádio. Não é portanto de estranhar a quase natural atribuição ao grupo da frequência de 1000W[12].

Este era, de resto, o principal objectivo das rádios que tinham entrado no concurso: o de ficar com o emissor mais potente.

À Rádio Portalegre, apesar de ter concorrido apenas à frequência de 88.8Mhz, é atribuída a licença de emissão em 104.5Mhz, através do Diário da República n.º 117, IIª Série. Estamos a 22 de Maio de 1989.

Estava assim definido o panorama e lançadas as regras do jogo para que as duas rádios começassem a operar, desta vez num cenário de completa legalidade, à semelhança do que acontecia no resto do país.

O sector radiofónico português acabava de virar uma página da sua história.

EMERGÊNCIA DA RÁDIO PORTALEGRE

A Rádio Portalegre inicia as emissões regulares a 18 de Novembro de 1989. No entanto, caso curioso, a informação disponibilizada no sítio Internet da rádio[13] indica que as emissões têm início a 9 de Novembro de 1989! Hoje, 16 anos depois, não há uma explicação consensual sobre a verdadeira data em que começaram as emissões regulares. Admite-se, no entanto, que a falta de rigor esteja ligada ao factor concorrencial, dado que desta forma é possível passar a mensagem de que as emissões tiveram início antes da concorrente, a Fonte Nova – Rádio Clube Português.

A FN/RCP inicia as emissões regulares às 00h do dia 15 de Novembro de 1989.

---

[12] Apesar de ter ganho a frequência mais potente, a FN/RCP defrontou-se, desde o início, com diversos problemas técnicos. A localização da torre de transmissão esteve na origem de alguns deles: implantada numa zona onde a corrente eléctrica por vezes faltava ou chegava com menos potência, pelo comprimento de cabos necessários para a transportar, o raio de alcance estava limitado e a qualidade, de certa forma, comprometida. "(...) Da potência definitiva, a atingir em breve depois da resolução de alguns pormenores técnicos, apenas se utilizaram 10%, o que significa estar-se ainda muito longe das condições óptimas de transmissão, em qualidade e em alcance." in jornal *Fonte Nova*, 16-Nov-1989.

[13] www.radioportalegre.pt

Nessa madrugada, é entrevistado Natércio Afonso, na altura presidente da Cooperativa Rádio Portalegre, a par de outras personalidades da vida pública portalegrense, como o Governador Civil do distrito ou o Presidente da Câmara.

Uma das questões foi exactamente a de saber quando é que a RP começaria as emissões, e é o próprio Natércio Afonso quem afirma que a "rádio deverá começar dentro de três dias, o mais tardar até ao próximo fim-de-semana"[14].

O início não é fácil. À semelhança do que acontecia no resto do país, os primeiros tempos das rádios locais em Portalegre, os "anos de ouro", são uma época em que as rádios existem, em parte, graças à carolice dos proprietários, apesar de já nesta altura a publicidade ser a única fonte de rendimento disponível e de isso indiciar uma visão, de certo modo, empresarial daquilo que significa ter uma empresa radiofónica.

Convidam-se alguns amigos para participar no projecto e dar "uma mão" naquilo que for necessário, normalmente na área da locução... um fazia uma hora hoje, o outro duas horas amanhã e, aos poucos, a rádio avança e tenta ultrapassar a concorrente. A par destes amadores da rádio, existe, claro, um grupo de profissionais que assegura o funcionamento regular da estação.

Mesquita nota que esta tendência, a de um mercado em busca de estabilidade, se repercute pelo país. "Em 1989 estava definido o quadro das rádios locais e as suas emissões estão legalizadas ou em vias de legalização. De 1990 a 1993 são numerosas as alterações deste sector. Estações que fecham, que se associam a outras, que são vendidas, que alteram radicalmente o seu projecto inicial, enfim, a rádio local está longe de encontrar o seu ponto de estabilidade[15]."

O clima entre as duas rádios é, desde o início, difícil. As dicotomias políticas vão marcar os primeiros dias da rádio em Portalegre. Se a Rádio Portalegre está conotada com o Partido Socialista – muitos dos que fundaram a Cooperativa integram a delegação socialista distrital da época –, a Fonte Nova/Rádio Clube de

---

[14] A emissão de arranque da Fonte Nova – Rádio Clube de Portalegre, a 15 de Novembro de 1989, está documentada em vídeo, pertença do actual director do jornal *Fonte Nova* e sócio da Publiarvis, Aurélio Bentes Bravo. Bentes Bravo estava, em 1989 e enquanto fundador e sócio-gerente da Publiarvis, à frente da FN – RCP.

[15] Mesquita, Mário, "Os meios de comunicação social", in *Portugal, 20 anos de democracia*, coord. de António Reis, Circulo de Leitores, 1994, p. 400.

Portalegre é associada aos sociais democratas, embora, na constituição da equipa inicial, se tenha procurado formar uma equipa pluralista. Prova disso é o facto de, a par de membros do PSD local, e neste caso concreto o presidente do núcleo distrital, estarem pessoas ligadas, por exemplo, à União dos Sindicatos e ao Partido Comunista.

A Rádio Portalegre conta, desde o início, com o apoio da Câmara Municipal de Portalegre, nessa altura com um presidente – Rui Simplício – eleito pelo Partido Socialista.

É justo, aliás, referir que o apoio autárquico é desigual para as duas rádios. O grande apoio da Câmara Municipal à Rádio Portalegre, para além da publicidade institucional, é a cedência de um espaço, no qual a rádio não tem de pagar água, luz ou renda.

Aliás, esse apoio é referido por diversas vezes pelo próprio jornal *Fonte Nova*, que procura denunciar o caso levando-o ao conhecimento da opinião pública.

> "Em relação à questão dos apoios, que tem levantado alguma polémica, a FONTE NOVA/RCP contou, até ao momento, apenas com o apoio das pessoas que quiseram arrancar com o projecto apesar de, como nos afirma Diogo Júlio [membro da sociedade da FN/RCP], "**termos efectuado um pedido à Câmara Municipal que nos respondeu negativamente**." Segundo José Manuel Barradas [membro da mesma sociedade e presidente, à época, da distrital do PSD] "**já o mesmo não se poderá dizer da Cooperativa Rádio Portalegre, que tem contado com o apoio descarado e não muito claro da Câmara Municipal. A sua conotação política é evidente, uma vez que os seus membros são os mais altos dirigentes socialistas da cidade**."
>
> in Jornal *Fonte Nova*, 13-Abr-1989

A discriminação da autarquia local era de tal modo evidente que o jornal *Fonte Nova*, cerca de uma semana após a entrada em funcionamento das duas emissoras, chega a pronunciar-se em editorial sobre a questão.

> "O "Fonte Nova/Rádio Clube de Portalegre" e a "Rádio Portalegre" tiveram nascimentos e tratamentos diferentes.
> (...) Enquanto a primeira se constituiu e materializou exclusivamente à custa dos seus sócios, a segunda gozou da protecção e do apoio dispensados pela autarquia, desde o rocambolesco episódio da concessão e anulação de um avultado subsídio até à instalação num edifício público e ao estabelecimento de protocolos de serviços radiofónicos suportados pelos orçamentos camarários."
>
> in jornal *Fonte Nova*, 23-Nov-1989

As diferentes estratégias de gestão adoptadas pelas direcções das rádios locais de Portalegre viriam a ser decisivas no futuro do sector, observável hoje.

A Rádio Portalegre aposta numa estratégia de negócio virada para a aproximação dos conteúdos ao público-alvo. Conta, desde início, com uma grande popularidade junto da população. Rádio generalista, porque apostar em rádios temáticas no interior do país pode ser arriscado, muita música portuguesa e concursos que tentam levar a voz do ouvinte à antena, granjeiam-lhe alguma popularidade. Com o passar do tempo, a "engrenagem" vai sendo afinada e se é difícil afirmar se a opção de gestão foi a mais acertada, o certo é que ainda hoje, e seguindo um modelo semelhante – embora se tenha vindo a adaptar com o tempo – os resultados apresentados são positivos[16].

---

[16] A Rádio Portalegre, de acordo com o Bareme Marktest 2004, é a rádio local mais ouvida no sul do país, com um *share* de audiências de véspera acumulada de 1%, atrás da TSF/Press que na mesma região aparece com 1,8% e à frente da Rádio Fóia, com 0,8%. Em 2004, a Rádio Portalegre regista um volume de negócios na ordem dos € 206.108 e um resultado liquido de cerca de € 9.521, com os capitais próprios a rondar os € 140.919.
Hoje, além da Rádio Portalegre, existe na cidade a Rádio S. Mamede, a emitir na frequência de 88.9Mhz. No entanto, a S. Mamede, à semelhança de outras rádios locais, foi absorvida por um grupo, neste caso concreto o grupo Seixal FM, e funciona hoje como mero retransmissor. À semelhança da rádio S. Mamede, antes propriedade do grupo Fonógrafo, Produções Som e Imagem, SA, também a Rádio Álamo do Alter, do concelho de Alter do Chão, no distrito de Portalegre e a Rádio Gavião, do concelho de Gavião – também antes propriedade do grupo

Para colmatar a inexperiência dos que nela trabalham, firma protocolos com outras rádios. Dessa época, o destaque vai para a estreita colaboração com a Rádio Antena Livre, de Abrantes.

A Fonte Nova/Rádio Clube de Portalegre segue outro caminho, tenta marcar a diferença. A música é mais ecléctica, os noticiários são feitos em parceria com o jornal *Fonte Nova*. A determinado ponto, aposta num formato próximo do da TSF, com a qual partilha espaço de antena na hora de emissão dos noticiários. Não funciona.

A Rádio Portalegre começa a distanciar-se da FN/RCP e ganha vantagem. A mais valia inicial da experiência radiofónica que a Fonte Nova/RCP tem começa a esbater-se.

Publicidade institucional da parte de várias Câmaras Municipais (Portalegre, Crato, Monforte) ou de empresas do sector privado como a Delta vão ser decisivas para os primeiros tempos da Rádio Portalegre e factor de impulsão.

De início, os projectos tanto da Rádio Portalegre como do Fonte Nova/Rádio Clube de Portalegre são desenhados no sentido de crescer e vir a ocupar uma posição dominante na paisagem mediática regional, depois de uma "primeira infância" de âmbito local. O presidente da Cooperativa Rádio Portalegre afirma, em Abril de 1989, que "a perspectiva era, inicialmente, a de fazer uma emissora regional que abrangesse o que se costuma chamar de Norte Alentejano. (...) As frequências que foram a concurso foram frequências locais (...). A nossa perspectiva é, no entanto, fazê-la crescer para uma emissora regional se houver condições técnicas. Se alguma vez vier a ser feito algum concurso de frequências regionais que abranja a região do distrito de Portalegre e se nós tivermos capacidade – como penso que vamos ter – a ideia é de, a partir da frequência local, avançar para uma frequência regional. É esse a nossa perspectiva de desenvolvimento estratégico."[17] A FN/RCP é guiada pelo mesmo princípio de evolução. "Segundo nos afirmou Abílio Amiguinho [da sociedade FN – RCP], a

---

Fonógrafo – funcionam como retransmissor da Rádio Seixal, 24 horas por dia, numa clara violação ao n.º 1 do art. 41º da Lei 04/2001, que regulamenta o sector radiofónico. A Rádio S. Mamede, a Rádio Álamo de Alter e a Rádio Gavião estão ainda em risco de perder o alvará de transmissão por não terem iniciado as suas transmissões dentro do limite legal imposto de 6 meses após a concessão da licença de emissão, conforme o disposto no n.º 1 do art. 29 da mesma lei. Do grupo Fonógrafo, faziam também parte a Rádio Nobre de Fronteira, que presentemente não emite.

[17] Entrevista a Natércio Afonso, jornal *Fonte Nova*, 13-Abril-1989.

FONTE NOVA/RCP pretende criar um acordo de profissionais que lhe permita encarar esse desafio [o de se tornar uma emissora regional], logo que surja a possibilidade. Aurélio Bentes Bravo afirma mesmo que “**o que nos move é uma informação regional e não local**”[18].

A Rádio Portalegre defini-se nos estatutos, para além de emissora radiofónica, como emissora televisiva. O projecto inicial leva a crer que a emissora tem por objectivo vir a crescer e a desenvolver actividade no meio televisivo. Nunca tal veio a acontecer nem está previsto que aconteça.

A Fonte Nova – Rádio Clube de Portalegre acaba por desaparecer. Em seu lugar, surge a Rádio Clube de Portalegre que mais tarde vem, por sua vez, dar lugar à Rádio S. Mamede.

A Rádio Portalegre continua o percurso no sentido de firmar posição no panorama radiofónico local.

Em 1994 a RP adquire instalações próprias. Deixa desta forma de ocupar as instalações cedidas pela Câmara Municipal de Portalegre.

Entretanto, e por dificuldades de cobertura de sinal na cidade de Portalegre, é decidido pedir autorização para emitir em micro-cobertura noutra frequência, além da já existente. A Rádio Portalegre passa então a emitir em 100.5Mhz para a cidade de Portalegre, com uma potência de 50W, e em 104.5Mhz para o distrito, com uma potência de 2000W. Mais tarde, e por motivos que se prendiam com o “choque” de frequências nalgumas zonas, neste caso o da Rádio Voz da Planície (Beja) que emite em 104.5Mhz, é decidido fixar os 100.5Mhz da RP como frequência principal a emitir para o distrito e passar os 104.5Mhz para emissão em micro-cobertura para a cidade de Portalegre.

[18] “Linha jovem a apostar no futuro”, jornal *Fonte Nova*, 13-Abril-1989.

Tabela 1 – Rádios locais por distrito (N.º)

	2000	**2001**	**2002**	**2003**	**2004**
Aveiro	26	26	27	27	27
Beja	9	11	10	11	11
Braga	17	17	18	18	19
Bragança	8	11	13	14	14
Castelo Branco	10	12	15	15	15
Coimbra	17	17	17	19	20
Évora	10	13	13	13	13
Faro	22	20	23	25	26
Guarda	7	11	9	10	10
Leiria	18	18	18	19	19
Lisboa	26	27	28	21	31
Portalegre	3	10	7	10	10
Porto	29	30	28	28	28
R. A. Madeira	9	14	15	20	19
R. A. Açores	13	19	27	33	34
Santarém	23	23	27	27	27
Setúbal	20	20	20	20	20
Viana do Castelo	12	12	14	14	14
Vila Real	12	13	12	13	12
Viseu	20	23	24	27	28
Total	**311**	**347**	**365**	**394**	**397**

Fonte: Anuário da Comunicação 2004-2005 Obercom

Portugal contava no ano de 2004 com 397 emissoras de rádios locais. Entre 2000 e 2004, regista-se um ligeiro aumento neste número. Se em 2000 Portugal contava com 311, em 2004 o valor ascende para as já referidas 397.

Verificam-se grandes assimetrias entre o interior e o litoral do país, embora distritos como o de Viseu ou Santarém apresentem valores elevados no contexto geral nacional. O litoral e distritos limítrofes registam os valores mais elevados no que se refere ao número de estações de rádio, com os distritos de Lisboa (31), Porto e Viseu (28 cada) e Aveiro e Santarém (27 cada) a destacarem-se. No extremo oposto, encontram-se os distritos de Guarda e Portalegre (10 cada), Beja (11) e Vila Real (12).

Os valores apresentados espelham o desenvolvimento dos maiores aglomerados urbanos em relação aos mais pequenos e a assimetria económico-social entre os distritos do interior e os do litoral. A tendência é a de se verificar um maior número de rádios locais nos centros urbanos mais desenvolvidos e com maiores índices populacionais.

Tabela 2 – Volume de negócios (m€)

	2002*	**2003**	**2004**
Rádios nacionais	n. d.	116.144	80.280
Rádios locais	n. d.	2.094	404
Total rádio	**155.103**	**118.238**	**80.684**

Fonte: OBERCOM – Anuário da Comunicação 2004-2005
* - só se apresentam totais pela indisponibilidade de desagregação de valores

O volume de negócios do conjunto das rádios nacionais e locais tem vindo a diminuir ao longo dos últimos 3 anos. Não obstante, o volume de negócios das rádios nacionais é superior ao das rádios locais.

É de notar o especial decréscimo verificado no volume de negócios das rádios locais. Enquanto que entre 2003 e 2004 o volume de negócios dos operadores de radiodifusão sonora nacionais baixa cerca de 31%, o volume de negócios das rádios locais verifica uma quebra de cerca de 80%.

Tabela 3 – Recursos humanos (N.º)

	2002*	**2003**	**2004**
Rádios nacionais	n. d.	1.370	1.304
Rádios locais	n. d.	289	60
Total rádio	**1.700**	**1.659**	**1.364**

Fonte: OBERCOM – Anuário da Comunicação 2004-2005

* - só se apresentam totais pela indisponibilidade de desagregação de valores

Segundo os dados publicados no anuário da Comunicação 2004/2005 da Obercom, o grosso dos recursos humanos do sector rádio português concentra-se nas rádios nacionais, que absorvem, no ano de 2004, cerca de 95% da mão-de-obra do sector, ficando os restantes 5% para as rádios locais[19].

O número de recursos humanos na globalidade das rádios tem vindo a sofrer uma quebra nos últimos três anos.

POLÍTICA DO ESTADO ATÉ 2004

O Estado tem apoiado as rádio locais e regionais através de um sistema de incentivos financeiros orientado especificamente para elas. O apoio estatal é atribuído a órgãos de comunicação social regionais e locais, podendo por isso candidatar-se publicações impressas e rádios locais. Esse sistema de apoios estatais assentou, até 31 de Dezembro de 2004[20], em cinco pilares:

1. Incentivo à modernização tecnológica;
2. Incentivo à criação de conteúdos na Internet;
3. Incentivo à inovação e desenvolvimento empresarial;
4. Incentivo à qualificação e formação de recursos humanos;
5. Incentivos específicos.

Tabela 4 – Incentivo à modernização tecnológica (m€) e número de projectos subsidiados nas rádios locais

	2000	2001	2002	2003	2004
N.º de projectos subsidiados	52	53	20	17	19
Total dos montantes atribuídos (m€)	1572	1230	342	377	250

Fonte: Instituto da Comunicação Social

[19] Os dados fornecidos pela Obercom são recolhidos através de inquéritos semestrais de resposta facultativa dirigidos às rádios locais. Muitas das rádios não respondem, o que tem como consequência o baixo número apresentado no que respeita ao número de recursos humanos empregados nas rádios locais.
[20] Decreto-Lei nº 56/2001, de 19 de Fevereiro, e Portaria n.º 204/2001, de 14 de Março.

À semelhança do que já sucedia na imprensa regional, as rádios passaram a beneficiar de incentivos à modernização tecnológica a partir de 1997. O objectivo foi o de apoiar a compra de novos equipamentos perspectivando a competitividade numa área em constante evolução tecnológica. De todos os incentivos do Estado aos órgãos de comunicação social locais e regionais, este foi o que mais apoios financeiros disponibilizou.

O número de projectos subsidiados pelo Estado tem vindo a registar um decréscimo significativo a partir de 2000. Apesar de nos anos de 2002 e 2003 esse número se manter relativamente estável, os valores dos subsídios estatais às rádios locais têm oscilado negativamente, com 2004 a registar os valores de financiamento mais baixos. Se em 2000, cada rádio local apoiada pelo programa de incentivo à modernização tecnológica recebeu, em média, cerca de € 30.000, em 2004 este valor baixa para cerca de € 13.000 atribuídos, em média, a cada rádio.

No ano de 2000, a Rádio Portalegre candidatou-se ao programa de incentivo à modernização tecnológica, tendo na altura recebido cerca de € 22.285.

Tabela 5 – Incentivo à criação de conteúdos na Internet nas rádios locais

	2002	**2003**	**2004**
N.º de projectos	9	10	10
Montante atribuído (m€)	127	191	160

Fonte: Instituto da Comunicação Social

O incentivo à criação de conteúdos na Internet visava aproximar os órgãos de comunicação social de âmbito local e regional das novas tecnologias da informação e comunicação. O objectivo era promover a criação de conteúdos em língua portuguesa na área da comunicação social e promover a utilização dos novos serviços de informação e comunicação enquanto áreas de negócio da comunicação social regional e local.

Entre 2002 e 2004, as verbas atribuídas no âmbito do incentivo à criação de conteúdos na Internet têm oscilado, embora o número de projectos aos quais essas verbas são destinadas se tenha mantido praticamente inalterado. Em 2000, as rádios locais a quem foi atribuído este incentivo receberam uma média de € 14.000, enquanto que em 2004 este valor aumentou para os € 16.000, uma quebra em relação ao ano precedente já que em 2003 o valor médio atribuído a cada rádio era de cerca de € 19.000.

Tabela 6 – Incentivo à inovação e desenvolvimento empresarial nas rádios locais

	2001	**2002**
N.º de projectos aprovados	9	8
Montante atribuído (m€)	609	630

Fonte: Instituto da Comunicação Social

O incentivo à inovação e desenvolvimento empresarial tinha como objectivo o apoio a projectos de comunicação social regional e local cujos investimentos fossem considerados inovadores, reforço da qualidade, do profissionalismo e da competitividade do sector. Em 2003 e em 2004 este incentivo não foi atribuído às rádios locais.

Observa-se um claro aumento dos valores dos financiamentos, embora o número de projectos aprovados tenha diminuído de 2001 para 2002.

Em 2001, a Rádio Portalegre beneficiou de um incentivo à inovação e desenvolvimento empresarial de cerca de € 27.340.

APOIO ESTATAL – QUADRO ACTUAL

Desde 1 de Janeiro de 2005, o sistema de incentivos do Estado passou a reger-se pelo Decreto-Lei n.º 7/2005, de 6 de Janeiro, que vem revogar a anterior legislação.

O novo quadro jurídico de incentivo aos meios de comunicação social regionais e locais, e concretamente de apoio directo às rádios locais, passou a assentar em 3 vertentes:

1. **Incentivo à Iniciativa Empresarial e Desenvolvimento *Multimedia* –** tem por objectivo a consolidação das empresas jornalísticas e de radiodifusão, através da profissionalização e qualificação dos recursos humanos.
   Este incentivo consubstancia-se em seis vectores:

   - **apoio a iniciativas de parcerias estratégicas** – procura fomentar o desenvolvimento de sinergias e partilha de recursos entre empresas jornalísticas e de radiodifusão;

   - **requalificação de infra-estruturas –** tem por objectivo a melhoria das condições físicas das instalações onde os profissionais de comunicação desenvolvem a sua actividade;

   - **desenvolvimento tecnológico e *multimedia*** – tem por objectivo incentivar o recurso a novas formas de difusão de conteúdos tendo por base recursos tecnológicos avançados;

   - **qualificação do trabalho** – tem por fim melhorar processos e métodos de trabalho;

   - **difusão do produto jornalístico** – procura incentivar a inserção da empresa jornalística no mercado de venda de serviços,

nomeadamente no sentido de reforçar práticas de gestão de gestão comercial e iniciativas de promoção do produto jornalístico;

- **expansão cultural e jornalística nas comunidades portuguesas** – tem por objectivo a promoção da cultura e da língua portuguesa junto das comunidades portuguesas residentes no estrangeiro.

2. **Incentivo à Qualificação e Desenvolvimento dos Recursos Humanos –** comparticipação estatal de 50% a fundo perdido de acções de formação que tenham por objectivo a qualificação de recursos humanos nas áreas da comunicação social.

3. **Incentivos Específicos –** trata-se de fundos destinados à concretização de iniciativas de interesse relevantes na área da comunicação social.

Aparte o apoio previsto através dos incentivos, uma das formas de apoio indirecto do Estado aos órgãos de comunicação social é através da Publicidade Institucional.

Tabela 7 – Publicidade Institucional do Estado (m€)

	2000	**2001**	**2002**	**2003**	**2004**
Rádios locais	370	656	278	50	148
Rádios nacionais	167	201	163	21	160
Total	**537**	**857**	**441**	**71**	**308**
Valor total das campanhas	**3.705**	**4.120**	**2.043**	**185**	**620**

Fonte: Instituto Comunicação Social – Anuário da Comunicação 2004-2005 OBERCOM

Os dados reportam-se apenas a campanhas de publicidade que os serviços comunicam ao ICS. Verificam-se duas situações: 1) um desinvestimento do Estado, incluindo a publicidade do Estado; 2) há campanhas que não foram comunicadas ao ICS. Não podemos dizer que montantes estão afectos a cada meio, mas podemos perceber o montante e o dinheiro distribuído pelas campanhas.

O valor total investido pelo Estado em publicidade institucional regista grandes variações entre 2000 e 2004, de acordo com os dados da tabela 7. A

maior quebra no investimento estatal nesta área verificou-se em 2002 e 2003, tanto nas rádios locais como nas rádios nacionais, dando sinais de retoma no ano de 2004.

Se durante os anos de 2000 e 2001 era notória uma preferência de investimento na área da publicidade institucional em rádios locais em relação às rádios nacionais, a partir de 2002 essa tendência tem vindo a esbater-se e hoje o valor injectado pelo Estado através da publicidade em rádios locais é ligeiramente inferior ao das rádios nacionais. Em 2004 já é possível verificar um acréscimo nos valores investidos em relação a 2003. As rádios nacionais representam 24% do valor total gasto em publicidade institucional contra os 18% das rádios locais, como se observa na tabela 8. Os investimentos publicitários institucionais em operadores de radiodifusão locais e regionais tendem a convergir e a aproximar-se um do outro.

Uma análise mais pormenorizada revela, no entanto, que o Estado, apesar de investir menos hoje do que há cinco anos atrás na publicidade institucional, tende a atribuir-lhe um peso cada vez maior em relação ao quadro geral de investimentos no sector dos meios de comunicação. O valor percentual da publicidade gasta em rádio em relação aos outros meios de comunicação tem aumentado desde 2000 e em 2004 alcançou o valor mais elevado, com uns expressivos 42% a contrastar com os 15% de 2000.

Tabela 8 – Publicidade Institucional do Estado (% do meio)

	2000	**2001**	**2002**	**2003**	**2004**
Rádios locais	10	16	14	27	18
Rádios nacionais	5	5	8	11	24
Total publicidade em rádio	**15**	**21**	**22**	**38**	**42**
Total (%)	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**

Fonte: ICS – Anuário da Comunicação 2004-2005 OBERCOM

O Estado tem promovido, na âmbito da qualificação da mão-de-obra dos órgãos de comunicação social local, através do Instituto de Emprego e Formação

Profissional (IEFP) e do Instituto da Comunicação Social (ICS), a prossecução de estágios profissionais na área dos media, através de comparticipações a fundo perdido das bolsas de estágio[21].

Além dos incentivos à criação dos postos de estágio, e ao consequente fomento do emprego e das qualificações profissionais nos media regionais e locais, este programa apoia também a contratação dos estagiários, oferecendo, nestes casos, subsídios a fundo perdido às empresas contratantes, e promove a mobilidade geográfica dos profissionais dos media locais.

[21] O programa de emprego para a comunicação social regional e local é regido pela portaria n.º 158/2005, de 9 de Fevereiro.

MODELO DE ESTAÇÃO

No ano 2001 foi realizado pelo Conselho Empresarial do Alentejo, e ao abrigo de fundos comunitários, o Plano Estratégico para a Rádio Portalegre.

Este plano teve por objectivo fazer uma radiografia interna da empresa, através da análise de diversos indicadores referentes não só à própria empresa como à região envolvente, para traçar um quadro estratégico de desenvolvimento.

À época, foram definidos como pontos fortes da empresa a qualidade dos programas, a fidelização dos clientes e o planeamento de actividades. Os pontos fracos apontados foram a formação técnica dos colaboradores e as condicionantes macro-económicas.

As grandes oportunidades seriam, segundo o mesmo estudo, o aproveitamento da economia de escala e a actualização tecnológica. Por outro lado, as grandes ameaças eram a concorrência e as condicionantes macro-económicas.

Foram então formulados dois grandes objectivos estratégicos. O primeiro foi o melhoramento das condições de trabalho e o segundo o aumento da quota de mercado.

As medidas previstas à altura no plano de acção para alcançar os dois objectivos propostos assentavam em cinco pontos: aquisição de uma frequência que permitisse à rádio não ser generalista; abertura de uma delegação; criação de uma página na Internet com difusão on-line da emissão; ampliação do espaço físico na rádio; cobertura da "Volta a Portugal em bicicleta". Estas medidas teriam um prazo de execução de 2 a 3 anos.

As medidas foram (sendo) postas em prática, à excepção da tentativa de tornar a rádio não generalista.

A "Volta a Portugal" em bicicleta tem cobertura na Rádio Portalegre, através de uma equipa de reportagem que acompanha a prova, num esforço duplo de rentabilização dos meios disponíveis e da imagem da própria estação. Além da

“Volta a Portugal”, tem também cobertura na RP a “Volta ao Alentejo em bicicleta”.

O espaço físico da rádio foi sendo equipado, contando hoje, para além do estúdio principal e respectiva régie, com dois estúdios de produção (um deles em fase de preparação, compra de material...) e régies técnicas, uma cabina de produção áudio para a redacção de informação, uma discoteca, um auditório/sala de reuniões, sala técnica, arrecadação, escritório e sala de convívio.

A rádio tem hoje uma página Internet com notícias e emissão on-line, apesar de para o efeito não ter beneficiado do programa de Incentivos à criação de conteúdos na Internet. Se o desenvolvimento da página esteve a cargo de funcionários da própria rádio, já o servidor que permite a emissão on-line foi disponibilizado no âmbito do programa ROLI (Rádios on-line), da Associação Portuguesa de Radiodifusão[22].

Existe também com uma delegação na cidade de Ponte de Sôr, que dista cerca de 100Km de Portalegre, e a partir da qual um colaborador envia notícias, reportagens e faz a cobertura dos jogos de futebol da região.

Recentemente foi adquirida uma carrinha de exteriores nova, equipada para o efeito, e à qual se juntam os três automóveis que a estação já tinha.

No que diz respeito aos meios técnicos ao dispor, a Rádio Portalegre, através dos programas co-financiados pelo Estado, tem sabido tirar partido das oportunidades que se lhe têm deparado, tendo concorrido todos os anos aos programas de incentivos[23].

A programação da estação assenta em programas que apelam à participação do ouvinte da estação, através de rubricas como os discos pedidos e diversos concursos. Procura-se criar uma relação de intimidade entre o ouvinte e o locutor.

---

[22] O ROLI – Rádios Online na Internet tem por principal objectivo a disponibilização de rádios na Internet. Previsto está também a criação de um portal online para cada uma das estações ter a possibilidade de produzir e publicar conteúdos, seja informativa ou relacionada com a própria programação da rádio. Espera-se que 320 rádios possam vir a disponibilizar a sua emissão online.
O programa é promovido pela Associação Portuguesa Radiofónica, co-financiado pelo FEDER e pelo Fundo Social Europeu através do Programa Operacional Sociedade da Informação, que conta com o apoio da Fundação para a Computação Cientifica Nacional.
Mais informações e lista das estações disponíveis em www.radio.com.pt.
[23] Consultar o capítulo “Rádio Portalegre - programas de incentivos do Estado”, na pág. 37 para mais detalhes acerca dos contributos estatais para o prosseguimento destes objectivos.

A música popular portuguesa ocupa um lugar de destaque na programação musical da estação.

A rádio não realiza estudos de mercado acerca dos *targets* para os quais se dirige. A avaliar pelos estudos do Bareme Marktest desde 1996, pelas participações nos programas e pela opinião de quem trabalha na estação emissora, fica a ideia de que a média de idades dos ouvintes que escutam a Rádio Portalegre se situará no intervalo entre os 35 e os 54 anos.

A informação procura cobrir prioritariamente duas grandes áreas: a da informação local e o desporto.

Como nota Luís Bonixe[24], a agenda informativa acaba, por vezes, por ser colada à agenda dos media nacionais, com iniciativas camarárias e actividades oficiais, por exemplo, a merecerem algum destaque.

Existe na Rádio Portalegre a preocupação de oferecer notícias locais e regionais, e a tendência de lhes ser dada prioridade em relação às notícias nacionais. Notícias internacionais raras vezes são transmitidas.

São transmitidos sete blocos informativos diários, de segunda a sexta-feira. Dois destes blocos, o das 12h00 e o das 18h00, são alargados, chegam a ter 30 a 35 minutos cada. Os restantes blocos têm entre 10 e 15 minutos. Aos fins-de-semana são transmitidos seis blocos noticiosos, três no sábado e três no domingo, o mínimo diário exigido por lei.

Para além destes blocos informativos, é realizado um programa semanal, às segundas-feiras, com a duração de 1h30, e no qual participam os dirigentes políticos das forças partidárias do distrito. Os temas debatidos prendem-se, normalmente, com questões locais/regionais, embora seja frequente a discussão de questões de interesse nacional, como as presidenciais.

Na área da informação desportiva são transmitidos três blocos diários de segunda a sexta-feira, cada um com um tempo variável entre 10 a 15 minutos. Aos fins-de-semana, as tardes de sábado e domingo são preenchidas com emissões dedicadas ao desporto, normalmente partidas de futebol do campeonato distrital, que para o efeito conta com o auxílio de vários colaboradores, que acompanham

[24] BONIXE, Luís, *As rádios locais em Portugal: informação e função social. Uma análise dos noticiários das rádios do distrito de Setúbal*, Lisboa, FCSH – UNL, 2003.

os vários jogos nos quais participam equipas do distrito. O desporto assume um papel fundamental na programação da estação.

INDICADORES

Tabela 9 – Volume de negócios da Rádio Portalegre (€)

	2000	**2001**	**2002**	**2003**	**2004**
Volume de negócios	255.163	262.052	221.906	202.504	206.108
Receitas publicitárias	255.163	262.052	221.000	200.050	206.108
Variação do volume de negócios em relação ao ano anterior	-	3%	- 15%	- 9%	2%

O volume de negócios da Rádio Portalegre tem registado uma diminuição acentuada desde 2000, parecendo no entanto ter estabilizado e dando sinais de retoma, como se pode observar pelos dados da tabela 9. O volume de negócios, à excepção de 2002 e 2003, é sempre igual ao valor total das receitas publicitárias, o único serviço que a rádio vende e, portanto, único meio de subsistência financeira.

O volume de negócios da Rádio Portalegre em 2004 era cerca de 19% mais baixo do que no ano 2000.

A venda de publicidade é crucial para a sobrevivência financeira da rádio. No caso da Rádio Portalegre, a carteira de clientes é constante. O mercado publicitário da região, e dadas as características da mesma, é limitado. O departamento comercial da rádio, com um funcionário, tem por missão a angariação de clientes e venda de publicidade.

Tabela 10 – N.º de trabalhadores e custos com pessoal da Rádio Portalegre

	2000	**2001**	**2002**	**2003**	**2004**
N.º trabalhadores	7	12	14	11	10
Gastos com trabalhadores (€)	74.857	106.826	128.452	121.369	104.973

O número de trabalhadores da Rádio Portalegre tem sofrido algumas oscilações entre 2000 e 2004 e, consequentemente, os gastos com os trabalhadores.

Em 2004 trabalhavam na Rádio Portalegre, a tempo inteiro e remuneradas, 10 pessoas, repartidas pelos diferentes departamentos da seguinte forma:

- Coordenação da estação: 1
- Delegado comercial: 1
- Programação / locução: 2
- Jornalistas: 3
- Administrativos: 2
- Técnico / Sonoplasta: 1

Os funcionário da rádio, à semelhança do que acontece em muitas rádios locais e dada a escassez de recursos humanos, acabam por desempenhar mais do que uma tarefa em mais do que um departamento.

Assim, e na Rádio Portalegre, há locutores que são técnicos, comerciais que são locutores, pessoal do departamento informativo que faz animação...

Esta é, aliás, uma das características dos recursos humanos nas rádios locais: a polivalência de tarefas que lhes são atribuídas.

Outra característica da Rádio Portalegre é a falta de formação específica dos colaboradores.

Tabela 11 – Descritivo dos trabalhadores da Rádio Portalegre

Função dos colaboradores	Idade	Antiguidade dos colaboradores	Habilitações académicas
Coordenador/técnico	37	10 anos	12º ano – Curso de electrónica geral da ETEL
Jornalista	37	11 anos	12º ano – Curso de aperfeiçoamento em rádio do CENJOR
Jornalista	27	2 anos	12º ano
Repórter/Animador	25	3 anos	12º ano
Animadora	40	11 anos	12º ano – Curso de aperfeiçoamento em rádio do CENJOR
Animador/Técnico	30	2 anos	12º ano
Delegado comercial	30	5 anos	12º ano
Administrativa	34	5 anos	12º ano
Administrativo	51	6 anos	9º ano
Técnico	36	6 anos	9º ano

Além dos colaboradores permanentes e remunerados, a Rádio Portalegre dispõe de uma equipa de colaboradores desportivos que acompanham os jogos de futebol do campeonato distrital, bem como colaboradores da secção de informação noutras cidades do distrito. Estes colaboradores, apesar de não permanentes, são remunerados e têm ao dispor os meios técnicos da rádio (equipamento, viaturas...) para desempenharem as funções atribuídas.

Tabela 12 – Capitais próprios da Rádio Portalegre (€)

2000	2001	2002	2003	2004
144.847	144.875	137.942	131.398	140.919

O capital próprio da Rádio Portalegre tem oscilado entre o período 2000 a 2004. Apesar de uma quebra nos valores registada nos anos de 2002 e 2003, o ano de 2004 já mostrou sinais de retoma, com os valores a aproximarem-se dos registados em 2000, como se observa na tabela 12.

Tabela 13 – Totais do Activo e Passivo da Rádio Portalegre (€)

	2000	2001	2002	2003	2004
Activo	288.268	272.827	252.400	228.431	218.760
Passivo	143.422	127.952	114.458	97.033	77.841
Diferença	144.846	144.875	137.942	131.398	140.919

Os valores dos totais do activo e passivo da Rádio Portalegre mostram uma diminuição dos valores desde 2000 até 2004. No entanto, a razão de descida do passivo é superior à razão de descida do activo.

A diferença entre os dois tem oscilado, embora em 2004 tenda a aproximar-se dos valores registados em 2000.

Tabela 14 – Autonomia Financeira da Rádio Portalegre

(Cap. Próprios/Activo liquido total)

2000	2001	2002	2003	2004
50,2%	53,1%	54,7%	57,5%	64,4%

A análise da autonomia financeira da Rádio Portalegre evidencia um claro aumento percentual entre 2000 e 2004. A empresa revela, portanto, autonomia financeira.

Tabela 15 – Solvabilidade

(Capital próprio/Passivo total)

2000	2001	2002	2003	2004
100,9%	113,2%	120,5%	135,4%	181%

O rácio da solvabilidade indica a capacidade da empresa em solver os seus compromissos a médio e longo prazo nas respectivas datas de vencimento, em consequência de uma estrutura financeira que permite a manutenção do equilíbrio a curto prazo.

De acordo com os dados da tabela 15, entre 2000 e 2004 o grau de solvabilidade aumenta significativamente dado o facto de o capital próprio da empresa ser superior ao passivo.

Tabela 16 – Rendibilidade das vendas

(Resultado liquido/Vendas liquidas)

2000	2001	2002	2003	2004
0,6%	0%	- 3,1%	- 3,2%	4,6%

A função dominante da Rádio Portalegre, enquanto empresa numa economia de mercado, é a prestação de serviços. É através do exercício dessa prestação de serviços que a rádio procura maximizar o lucro. Por isso, este rácio é um elemento fundamental dado o facto de as vendas constituírem o lucro da empresa.

Depois de em 2002 e 2003 se ter verificado uma rendibilidade das vendas negativa, de acordo com os dados da tabela 16, o ano de 2004 mostra sinais de recuperação, atingindo o valor mais alto desde 2000.

Tabela 17 – Resultados do exercício de actividade da Rádio Portalegre (€)

2000	2001	2002	2003	2004
1696	27,94	- 6932,33	- 6544,34	9520,86

O resultado do exercício de actividade da Rádio Portalegre tem oscilado entre 2000 e 2004.

O ano de 2004 mostra sinais de retoma, apesar dos valores negativos registados em 2002 e 2003, fruto da quebra no volume de negócios nestes anos.

Com o aumento do volume de negócios em 2004 e a contenção nos gastos com os trabalhadores, o resultado do exercício saldou-se positivo, tendência que se deverá manter em 2005.

PROGRAMAS DE INCENTIVOS DO ESTADO

A Rádio Portalegre beneficiou das ajudas do Estado nesta área em dois momentos distintos entre os períodos compreendidos entre 2000 e 2004.

Em 2000, no quadro dos Incentivos à Modernização Tecnológica (IMT), a RP recebeu a título de fundo perdido a soma de 4.467.730$00 (cerca de € 22.285).

Em 2001, foi atribuído à Rádio Portalegre, no âmbito do sistema de incentivos à Inovação e Desenvolvimento Empresarial (IIDE) o montante de 5.480.464$00 (cerca de € 27.340). O total de incentivos recebidos nos dois anos ronda os € 49.625. Para o ano de 2005, a Rádio Portalegre já tem confirmado um apoio estatal na ordem dos € 27.673, no âmbito do incentivo à iniciativa empresarial e desenvolvimento multimedia.

Estes montantes aparecem sempre integrados no âmbito de projectos realizados pela própria rádio, que se candidata depois aos programas de incentivo. Caso o programa seja aprovado pelo Instituto de Comunicação Social, as subvenções estatais cobrem 50% do valor total do plano de investimento. Por isso, os valores referenciados acima no âmbito dos dois programas financiam apenas metade do investimento, no caso do IMT, e 65% no caso do IIDE[25], estando a rádio obrigada a cobrir o restante investimento.

No quadro dos Incentivos à Modernização Tecnológica, aprovado no ano 2000, foi adquirido hardware e software de edição áudio para equipar a redacção de informação e os estúdios e respectivas régies. Foram também adquiridos dois leitores de CD's, um leitor/gravador de Mini-Disc e um gravador de CD's profissional. O valor total dos investimentos cifrou-se em 9.151.747$00 (cerca de € 45.650).

No âmbito do programa de Incentivo à Inovação e Desenvolvimento Empresarial, o investimento cobriu as obras de adaptação e remodelação das instalações, alargando essa área para cerca de 400mt2. Foi ainda adquirido material para estúdio, software e mobília de escritório/estúdio.

A RP concorreu a outros programas de apoio do Estado, nomeadamente o Incentivo à criação de conteúdos na Internet, apoio esse que nunca lhe foi atribuído.

A análise dos indicadores financeiros indica que a Rádio Portalegre, enquanto pequena empresa da comunicação social local, está numa situação financeira

[25] Além dos 50% de financiamento a fundo perdido previsto, a Rádio Portalegre beneficiou de uma majoração de 15%, fruto da criação liquida de 3 postos de trabalho (+10%) e do facto de ter apresentado dois anos de resultados líquidos positivos nos três anteriores à data de execução do projecto (+5%).

equilibrada, embora as oscilações – negativas – verificadas em 2002 e 2003 no que respeita ao volume de negócios e ao resultado liquido do exercício tenham de certa forma colocado um “travão” ao desenvolvimento financeiro da rádio.

Os resultados demonstram tendência de recuperação durante o ano de 2004.

A Rádio Portalegre denota, apesar de tudo, uma forte dependência em relação a condicionantes externas como a quebra de receitas publicitárias. A aparente boa gestão da “casa”, com a diminuição do valor do passivo e dos gastos com os funcionários parecem ter equilibrado a balança e permitido a recuperação em 2004.

No entanto, e apesar da “boa saúde” financeira, os apoios estatais têm um papel decisivo no continuo esforço de investimento que a Rádio tem vindo a fazer, seja para a ampliação de instalações, compra de material informático ou equipamento de estúdio, entre outros.

Estes dados revelam a importância que este género de apoios tem ao nível das rádios locais. Representam, de certa forma, o ponto de equilíbrio entre gastos e investimentos, revelando-se fundamentais. É provável que sem os apoios governamentais, muitas rádios locais entrassem numa fase de estagnação tecnológica.

MEIO ENVOLVENTE

Parece-nos de fundamental importância na análise em curso olhar para o meio envolvente da estação, porquanto é indissociável e revelador do modelo de rádio, e consequentemente dos resultados financeiros da estação, que a Rádio Portalegre adopta.

No Alentejo residiam, segundo os Censos 2001 do Instituto Nacional de Estatística (INE), 776.585 pessoas, das quais 379.310 eram homens.

O Alentejo é das regiões com maior taxa de analfabetismo do país. Os dados do INE relativos aos Censos 2001 indicam que a taxa de analfabetismo é de 17,1%, quase o dobro do valor nacional, 9%.

No ano de 2002 em Portugal, o índice de envelhecimento atinge os 105,5%, no Alentejo chega aos 179,8% e na região do Alto Alentejo aos 200,1%, quase o dobro do valor nacional.

Estes dois indicadores são fundamentais para uma análise do contexto em que operam as rádios locais no Alentejo e em concreto a Rádio Portalegre.

Finalmente, uma referência para o facto de na cidade de Portalegre não haver concorrência directa à estação e de as rádios potencialmente concorrentes com a Rádio Portalegre, como são os casos da Rádio Elvas, da Rádio Campo Maior e da Rádio Tempos Livres (Ponte de Sôr), não a terem até à data suplantado nos estudos anuais do Bareme Marktest.

CONCLUSÃO

Que futuro está reservado para as rádios locais? A pergunta não tem uma resposta fácil e é quase certo que não tem resposta consensual. No entanto, há vários cenários que se podem colocar quanto ao futuro das rádios locais. Diríamos, antes de mais, que após a análise dos indicadores apresentados pela Rádio Portalegre e do modelo de rádio que põe em prática, se identificam três factores endógenos ao projecto das rádios locais que se afirmam como capitais para a sua sobrevivência e manutenção de identidade: a aposta na produção local, que atenda aos anseios da população que escuta a rádio, a dependência em relação ao Estado na área dos apoios financeiros e, indirectamente mas com reflexos imediatos nos outros dois, o investimento na qualificação da mão-de-obra.

No entanto, a questão acerca da sobrevivência das rádios deve ser olhada, numa primeira fase, sob o prisma do futuro da própria rádio enquanto meio de comunicação. Terá a rádio futuro? Será que há espaço para um órgão de informação que cada vez mais está em competição directa com as novas tecnologias, nomeadamente a Internet?

As opiniões dividem-se quanto à melhor resposta a dar mas todas são consensuais na altura de afirmar que respostas definitivas não existem.

É difícil imaginar que um dia a rádio possa desaparecer. Levinson afirma que "não devemos surpreender-nos com a sobrevivência da rádio"[26]. A rádio soube evoluir ao capitalizar a importância da sua linguagem com as necessidades humanas, ao introduzir a música, ao sair da sala de estar para as cozinhas e para os automóveis, ao incorporar vários géneros jornalísticos na produção informativa... Segundo Levinson, os meios de comunicação evoluem cada vez mais para uma função próxima da humana e aqueles que mais se aproximam desse padrão mais resistentes conseguem ser à concorrência que vier a aparecer. Segundo Levinson, quando os meios de comunicação atingem este ponto, pode dizer-se que atingiram um nicho ecológico. A rádio já teria, entretanto, atingido este nicho.

Mas novos desafios se colocam à rádio. Prova disso é a migração de muitas rádios para um modelo paralelo, o da Internet, que, segundo Paula Cordeiro,

[26] LEVINSON, Paul, *A Arma Suave*, Lisboa, Editorial Bizâncio, 1998, p. 132.

"transformam o ouvinte num utilizador e favorecem a fragmentação das audiências em função dos seus interesses específicos"[27]. São já muitas as rádios que se podem ouvir on-line e o projecto ROLI da Associação Portuguesa de Radiodifusão pretende fazer com que a generalidade das rádios locais portuguesa possa também chegar à rede. Paula Cordeiro afirma que "o desenho que temos hoje, por necessidade de encaixe em nichos de mercado e adaptação às novas condições tecnológicas que se vão desenvolver, com o aumento do acesso à Internet nos lares e a implementação do DAB[28] [rádio digital], mudará".[29] Pedro Braumman considera que "o desenvolvimento de novas tecnologias, nomeadamente da Internet, e o aparecimento de novos sistemas, não põem em causa, antes pelo contrário, permitem implementar o desenvolvimento de experiências locais e regionais."[30]

Seja como for, tudo aponta para que o modelo de rádio que temos e conhecemos hoje e, consequentemente, as rádios locais, tenham espaço de manobra no futuro. Aproveitar as novas tecnologias adaptando-se a elas pode ser o próximo passo para a rádio se afirmar num contexto comunicacional cada vez mais sinónimo de desafio.

A análise do cenário das rádios locais em Portugal leva a crer que há duas alternativas para o sector: a concentração em cadeias ou a manutenção das rádios locais enquanto emissoras "independentes".

O estudo de caso da Rádio Portalegre leva-nos a crer que as rádios locais têm o seu nicho de mercado e a janela das oportunidades continua aberta, não obstante o cada vez mais competitivo mercado em que se inserem, marcado pela presença de grupos que concentram vários órgãos de comunicação social. Hoje, as rádios

---

[27] CORDEIRO, Paula, *A Rádio em Portugal: um pouco de história e perspectivas de evolução*, resumo da dissertação de mestrado *A Rádio em Portugal – Consensos, dialogismos e interactividade: da palavra analógica ao ouvido digital*, Lisboa, FCSH – UNL, 2003, p. 9.

[28] Em 1998 o governo definiu as regras de acesso ao DAB. Na altura, a Radiodifusão Portuguesa (RDP) ganhou a licença para a distribuição do sinal de rede com capacidade para seis canais, três para os canais da própria RDP e outros três para operadores privados. Prevista está também uma segunda rede, para rádios regionais, mas que até ao momento ainda não foi concessionada.
O investimento no DAB é, pelo menos por enquanto, relativamente oneroso, tanto ao nível dos emissores como dos próprios receptores.

[29] *Ibidem*, p. 10.

[30] BRAUMMAN, Pedro, in *Imprensa regional – "Sobrevivência, redenção ou a última oportunidade"*, Mem Martins, Câmara Municipal de Oeiras, 1999, p. 138.

locais estão sujeitas às mesmas leis de mercado, da oferta e da procura de serviços – a publicidade assume uma importância fundamental enquanto garante da sobrevivência económica tanto das rádios como dos meios de comunicação social em geral. A Rádio Portalegre é disso exemplo, e é fácil verificar a relação entre quebras nas receitas de publicidade e resultados líquidos

As empresas radiofónicas são hoje um meio para atingir um fim: ter lucro. As rádios locais, regra geral, não são excepção. Por isso, é importante que se imponham nos estúdios radiofónicos visões empresariais, com base em técnicas de marketing.

É interessante aqui analisar as propostas de Paula Cordeiro quanto à tipologia das rádios.

Paula Cordeiro identifica três cenários no panorama radiofónico português. A par das emissoras estatais, as quais dispõem de recursos substancialmente maiores do que os dos outro operadores, existem operadores comerciais, que têm por objectivo o aumento dos *shares* de audiência e, finalmente, existem uma série de operadores de "pequenas dimensões, com quadros pouco profissionalizados que produzem um padrão de emissões de fracos conteúdos e pouca preocupação estética".[31]

Já Arturo Merayo Pérez identifica dois grandes actores no cenário local radiofónico. Diz Pérez que, de um lado, há as emissoras que têm à frente "pessoas físicas ou jurídicas vinculadas historicamente" [32] à comunidade onde se inserem. De certa forma, os actores que integram estes projectos estão simbolicamente mais próximos da comunidade.

Do outro lado estão as emissoras cujos proprietários se encontram fora da localidade e que por uma série de factores, como sejam o poder económico ou o empreendedorismo, têm a propriedade da estação emissora local embora não tenham nenhum vínculo à comunidade. Estamos aqui perante as cadeias emissoras.

Porém, há depois casos em que a relação entre a direcção da cadeia de rádio e as estações locais pode revestir a forma de proprietária, de facto, da estação ou de

---

[31] *Ibidem*, p. 5.
[32] MERAYO PÉREZ, Arturo, *Las radios locales y su penetración en la audiencia*, in Condefência Episcopal Espanhola, Madrid, 1994.

ter, por exemplo, contratos de associação que prevejam a emissão de noticiários ou outro género de programas.

Posto este cenário, deparamo-nos então com as duas tendências que actualmente moldam o panorama radiofónico local português.

Uma é a existência de grupos empresariais privados que tomam em mãos estações emissoras e antenas de transmissão. Por grupos entendem-se aqueles que congregam mais do que uma rádio, não obstante o facto de poderem limitar-se a transformar em retransmissores as rádios que forem adquirindo. Como refere Paula Cordeiro, esta "estrutura compõem-se de operadores privados, que desenvolvem um percurso para a ampliação de *shares* de audiência, independentemente da manutenção da identidade da estação de rádio"[33].

Estes grupos, embora de pequena ou média dimensão, pelo menos se comparados a outros "gigantes" do sector como a Média Capital[34] ou a ControlInveste[35], são uma tendência a ter em conta no panorama das rádios locais. Só para citarmos alguns exemplos, a titulo de contextualização, refiram-se os casos do grupo Luso Canal, que detém a rádio Capital, a Radar, a Oxigénio, a Marginal, a Nova e a Festival, o Grupo Seixal Fm, proprietário de emissores no Seixal, Portalegre, Alter do Chão, Gavião, Trofa, Miranda do Corvo e Olhão, ou do Grupo Fundação Frei Pedro, com a rádio F, a rádio Fronteira, a rádio Noar e a rádio Sátão.

Quanto mais fragilizada estiver, do ponto de vista financeiro, uma estação emissora local, mais fácil será para um deste grupos integrá-la no seu seio podendo depois colocar-se um de dois cenários: a transformação num mero retransmissor ou a procura de meios técnicos e humanos que permitam à radio a produção de conteúdos e a procura de uma identidade própria.

---

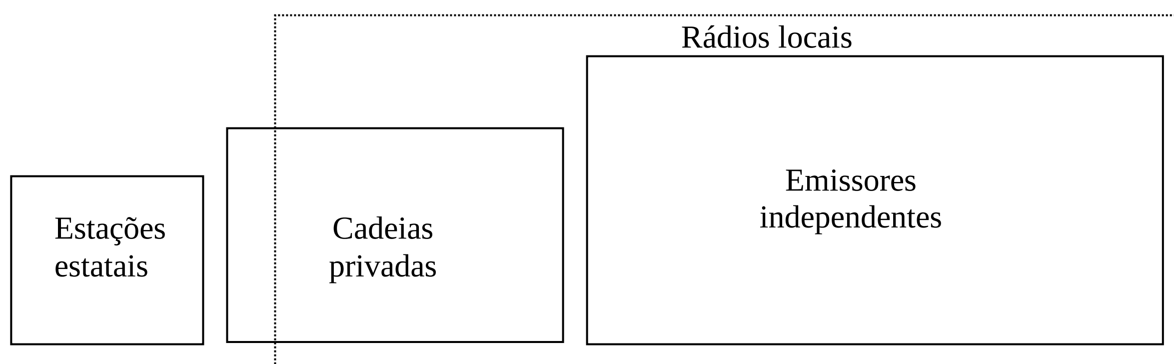
[33] CORDEIRO; Paula, *A Rádio em Portugal: um pouco de história e perspectivas de evolução*, resumo da dissertação de mestrado *A Rádio em Portugal – Consensos, dialogismos e interactividade – da palavra analógica ao ouvido digital*, Lisboa, FCSH – UNL, 2003, p. 5.

[34] O grupo Media Capital detém, além da Rádio Comercial, a estação temática Rádio Clube Português, com cobertura nacional em FM e OM, a Cidade FM (sete postos emissores locais: Lisboa, Porto, Alcanena, Penacova, Redondo, Loulé e Amares), a Best Rock FM (quatro postos emissores locais: Lisboa, Valongo, Cantanhede e Santarém), a Foxx FM, a Romântica FM, a Mix FM, a Clássica FM e a MFM. Estas últimas emitem para a zona da Grande Lisboa, Porto, Braga, Aveiro, Viana, Setúbal e Santarém.

[35] O grupo ControlInveste detém a emissora regional informativa TSF Rádio Notícias, a TSF Rádio Notícias Madeira, TSF Rádio Açores e o Rádio Jornal do Fundão.

A segunda tendência aponta para a existência de uma série de pequenas estações emissoras que não fazem parte de grupos privados, embora sejam elas próprias empresas que têm como objectivo a rentabilidade. Este cenário, que vai de encontro à análise de Pérez, é, porém, mais complexo e de difícil análise a partir do momento em que se observam estações locais que conseguem conquistar um nicho de mercado e fidelizar ouvintes e outras que fecham portas por falta de rentabilidade.

Das propostas de Cordeiro e Pérez resulta o seguinte esquema:



As estações estatais ficam fora do grande quadro de rádios locais. Fora do mesmo quadro fica também uma pequena parte das cadeias de rádios/grupos de comunicação. Desta pequena parcela farão parte a Rádio Comercial e todos as estações de rádio regional, como sejam a TSF – Rádio Notícias ou o Rádio Clube Português.

Surgem então dentro do grupo de rádios locais os dois quadros: o primeiro representa as cadeias de rádio e o segundo quadro as pequenas emissoras privadas que se mantém à margem dos grupos de comunicação como é o caso da Rádio Portalegre.

A análise do estudo de caso da Rádio Portalegre aponta no sentido de que há espaço para desenvolver um projecto radiofónico local à margem das grandes cadeias. Os indicadores financeiros da estação demonstram-no. Refira-se aqui, no entanto, que as especificidades socio-económicas da região onde está inserida podem ser determinantes para o seu sucesso e que o facto de não ter concorrência

directa – caso da Rádio Portalegre – pode ser factor facilitador, embora crie o perigo de entropia.

As grandes oportunidades de uma rádio local, hoje, podem assentar em três vectores: assumir um papel de charneira enquanto órgão de comunicação *local*, saber tirar partido dos apoios do Estado numa perspectiva de maximização dos recursos da estação e apostar na mão-de-obra qualificada.

O papel das rádios locais deve ser o de dar "voz" à região onde se inserem. É exactamente aí que reside a especificidade das emissoras locais. Pedro Braumman afirma que "hoje a sociedade torna-se mais global, mas isso não impede que, ao mesmo tempo, haja espaço para o desenvolvimento de notícias e de canais de natureza mundial, e também que exista um espaço para a informação local e para certo tipo de programas em termos locais."[36]

As cadeias de estações locais tendem, consoante os casos, a esbater essa especificidade a partir do momento em que, ao adquirirem várias emissoras, passam a emitir conteúdos que não levam em conta as características de cada região. A identidade local tende a desaparecer. Por outro lado, o custo de produção desses mesmos conteúdos tende a diminuir a partir do momento em que a produção é centralizada. Como afirma Jorge Pedro Sousa, "as cadeias de rádios são, simultaneamente, uma oportunidade e uma ameaça. São uma oportunidade porque permitem o aproveitamento de sinergias, o enriquecimento trazido pelas experiências profissionais de sucesso e a contenção de custos. São uma ameaça porque podem gerar uma diminuição de conteúdos próprios que, em última análise, podem ameaçar a própria personalidade das rádios locais e regionais."[37]

Ainda assim, observa-se que apesar de muitos media locais, como nota Bonixe, colarem a sua agenda informativa à dos media nacionais e de a especificidade do discurso que caracterizava os primeiros tempos das rádios locais começar a "desaparecer", as pessoas continuam interessadas em saber aquilo que se passa "ao fundo da rua". Só assim se compreende, e ainda segundo a linha que Bonixe fundamenta no seu estudo, que os assuntos locais tenham prevalência nos

---

[36] BRAUMMAN, Pedro, in *Imprensa regional – "Sobrevivência, redenção ou a última oportunidade"*, Mem Martins, Câmara Municipal de Oeiras, 1999, p. 139.

[37] SOUSA, Jorge Pedro, *Comunicação Social e local na Europa* Ocidental, p. 25 <www.bocc.ubi.pt>.

noticiários e que o jornalista das rádios locais se venha a especializar na informação da sua área geográfica, seja, por exemplo, através dos temas que trata ou das fontes que contacta, numa tentativa de ir ao encontro daquilo que são as preocupações da população. Aliás, os órgãos de comunicação locais têm um papel importante na máquina de produção de informação, mesmo ao nível nacional, que importa reconhecer. José Saragoça defende "a necessidade de conceber produtos verdadeiramente alternativos aos órgãos nacionais, isto é, que façam uma cobertura razoavelmente completa dessa "actualidade" [local] , munido de uma equipa numerosa capaz de cobrir os diversos aspectos da actualidade."[38]

Outro ponto crucial para que as rádios locais não "percam o comboio" das novas tecnologias é o apoio estatal. Os incentivos são fundamentais para a modernização tecnológica, profissionalização e melhoria da qualidade das condições de trabalho.

Rádios locais com receitas publicitárias baixas, custos com mão-de-obra e instalações e outras despesas, como sejam as relacionadas com viaturas, por exemplo, têm uma margem de manobra limitada no que respeita à compra de equipamento, investimento na melhoria das instalações de trabalho e qualificação dos recursos humanos. A Rádio Portalegre recebeu, desde 2000, de apoios nas áreas da modernização tecnológica e da inovação e desenvolvimento tecnológico um total de cerca de € 49.625 estatais um total, em projectos que rondam sensivelmente o dobro, estando de resto, como já referimos, confirmado um financiamento de cerca de € 27.673 para 2005 no quadro do incentivo à iniciativa empresarial e desenvolvimento multimedia.

O equipamento técnico é, na maior parte dos casos, dispendioso e por isso demasiado oneroso para que uma rádio local possa constantemente actualizar o parque tecnológico de que dispõe. Por outro lado, estas actualizações de equipamento postas à disposição das rádios revelam-se essenciais para que possam acompanhar a senda do progresso técnico. Refira-se, por exemplo, o dispendioso hardware e software que equipam os estúdios e as redacções de informação ou o caso do DAB, anunciada como a rádio do futuro.

---

38 SARAGOÇA, José, Comunicação no Teatro Garcia de Resende, Évora, 9 de Maio de 1997, in *O processo informativo na comunicação social regional e local*, Lisboa, Alta Autoridade para a Comunicação Social, 1997, p. 259.

Estas actualização obrigam a um investimento constante por parte das empresas radiofónicas, e nas quais o Estado tem tido o papel de motor.

Finalmente, para que a produção de conteúdos locais se faça eficazmente e com critérios qualitativos aceitáveis, é necessário apostar na qualificação da mão-de-obra, seja através da contratação ou da promoção de acções de formação. Aí, os apoios do Estado podem revelar-se decisivos, como o podem ser no que diz respeito aos programas de incentivo de que falámos anteriormente. Com esse objectivo, o Estado tem em prática o programa de apoio aos estágios nos órgãos de comunicação social locais, de apoio à contratação e de promoção da mobilidade geográfica dos profissionais do qual as rádios locais podem tirar partido. Jorge Pedro Sousa considera que "os projectos precisam de descartar a fulanização para se centrarem no profissionalismo jornalístico, empresarial, comercial e de marketing, aproveitando as potencialidades trazidas pela proximidade aos seus públicos-alvo e clientes publicitários."[39]

Acreditamos que as rádios locais têm "pernas para andar". Não pretendemos aqui fazer exercícios de futurologia mas a análise do caso da Rádio Portalegre parece indicar isso. Será necessário um duplo esforço de adaptação constante tanto às exigências do mercado como, e na medida do possível, à promoção de uma identidade que defina a própria rádio no contexto local em que se insere. O caminho passa pela contratação de mão-de-obra qualificada, embora isso possa acarretar maiores custos. Por isso, o Estado é fundamental e deverá continuar a apoiar os órgãos de comunicação locais para que a janela de oportunidades não se feche e para que a auto regulamentação do sector no que diz respeito à propriedade de estações privadas não se transforme num aglomerado de grupos de comunicação com todas as consequências que daí possam advir. Os investimentos que se avizinham, principalmente na área das novas tecnologias, podem vir a transformar-se num teste de fogo a muitas rádios locais se o Estado deixar de estimular o sector.

---

[39] SOUSA, Jorge Pedro, *Comunicação Social e local na Europa* Ocidental, p. 25 <www.bocc.ubi.pt>.

Finalmente, a rádio local deverá saber escutar aquilo que as populações que serve desejam e ter coragem para inovar, quando isso lho for exigido, sob o risco de cair no marasmo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BIBLIOGRAFIA

60 anos de rádio em Portugal, Lisboa, Vega, 1986;

Anuário da Comunicação 2004/2005, Lisboa, Obercom, 2004;

BONIXE, Luís, *As rádios locais em Portugal: informação e função social. Uma análise dos noticiários das rádios do distrito de Setúbal*, Lisboa, FCSH – UNL, 2003;

CARVALHO, Alberto Arons de, *A Censura e as Leis de Imprensa*, Lisboa, Seara Nova, 1970;

Colóquios sobre Rádio, Sociedade Portuguesa de Autores, Lisboa, Publicações Dom Quixote, 1995;

CORDEIRO, Paula, *A Rádio em Portugal: um pouco de história e perspectivas de evolução*, resumo da dissertação de mestrado *A Rádio em Portugal – Consensos, dialogismos e interactividade – da palavra analógica ao ouvido digital*, Lisboa, FCSH – UNL, 2003 <www.bocc.ubi.pt>;

CRUZ, João Cardoso, *Introdução ao estudo da comunicação – imprensa, cinema, rádio, Tv, redes multimédia*, Lisboa, ISCP – Universidade Técnica de Lisboa, 2002;

FONTAINHAS, Maria Emília, *Plano Estratégico para a Rádio Portalegre*, Conselho Empresarial do Norte Alentejano, 2001;

Fonte Nova, jornal, 01/Dez/1988 (n.º 206), 15/Dez/1988 (n.º 208), 30/Mar/1989 (n.º 222), 13/Abr/1989 (n.º 224), 16/Nov/1989 (n.º 253) e 23/Nov/1989 (n.º 254), Portalegre;

Imprensa regional – "Sobrevivência, redenção ou a última oportunidade", Mem Martins, Câmara Municipal de Oeiras, 1999;

JEANNENEY, Jean-Noël, *Uma história da comunicação social*, Lisboa, Terramar, 1996;

LEAL, Bruno Souza, *Do testemunho à leitura: aspectos da evolução do narrador jornalístico hoje*, Universidade Federal de Minas Gerais <www.bocc.ubi.pt>;

LAVOINE, Yves, *A Rádio*, Lisboa, Vega;

LEVINSON, Paul, *A Arma Suave*, Lisboa, Bizâncio, 1998;

MEDITSCH, Eduardo, *A Rádio na era da informação*, Coimbra, Minerva, 1999;

MESQUITA, Mário, *"Os meios de comunicação social"*, in Portugal, 20 anos de democracia, coord. de António Reis, Circulo de Leitores, 1994;

O processo informativo na comunicação social regional e local, Lisboa, Alta Autoridade para a Comunicação Social, 1997;

PÉREZ, Arturo Merayo, *Las radios locales y su penetración en la audiencia*, Condefência Episcopal Espanhola, Madrid, 1994 <www.bocc.ubi.pt>;

PIERRE, Albert e TUDESQ, A. J., *História da Rádio e Televisão*, Lisboa, Editorial Notícias;

RODRIGUES, Adriano Duarte, *O campo dos media*, Lisboa, Vega;

SOUSA, Jorge Pedro, *Comunicação Social e local na Europa Ocidental* <www.bocc.ubi.pt>;

WOLTON, Dominique, *Pensar a Comunicação*, Algés, Difel, 1999.

SITES INTERNET CONSULTADOS

www.aacs.pt;

www.aminharadio.com;

www.anacom.pt;

www.apradiodifusao.pt;

www.aric.pt;

www.bocc.ubi.pt;

www.ics.pt;

www.ine.pt;

http://ouvidor.blogspot.pt;

www.radio.com.pt;

www.radioportalegre.pt;

http://radioinforma.no.sapo.pt/;

http://telefonia.no.sapo.pt;

www.worlddab.org.